

PROYECTO DE LEY

El Senado y Cámara de Diputados...

LEY DE FOMENTO AL PLURALISMO Y LA DIVERSIDAD INFORMATIVA

Artículo 1º.- La presente ley establece condiciones de fomento al pluralismo y la diversidad informativa, por la vía de asignación de recursos directos o indirectos a determinados emprendimientos que presten servicios periodísticos, de noticias o informativo, por cualquier soporte, en virtud de su naturaleza jurídica o volumen en las condiciones que aquí se establecen.

ARTICULO 2°.- Los objetivos de la Política Integral de Fomento al Pluralismo y la Diversidad Informativa establecidos por la presente ley son:

a. Garantizar el pluralismo y la diversidad en los medios de comunicación y en su dinámica interna para el ejercicio pleno y universal del derecho a la libertad de expresión.
b. Cumplir con el deber estatal de maximizar el pluralismo y la diversidad en la producción y circulación de información como un requisito del bien común, habilitante del pleno ejercicio de la libertad de información, en consecuencia con los estándares fijados por el Sistema Interamericana de Derechos Humanos.
c. Impulsar el pluralismo al mayor grado posible, y promover el incremento de la expresión de colectivos, con equidad en la participación y representación de distintos géneros y diversidades de conformidad a los instrumentos internacionales y leyes nacionales en la materia, para lograr un equilibrio en la participación de las distintas informaciones en el debate público.
d. Minimizar las restricciones fácticas a la circulación de la información y equilibrar, en la mayor medida de lo posible, la disponibilidad de distintas informaciones y medios de comunicación en el debate público.
e. Adoptar un régimen tributario de fomento para todos aquellos que intervienen en las actividades promovidas de la presente ley, a efectos de contribuir a su sostenibilidad.
f. Establecer una política federal para facilitar las condiciones del ejercicio laboral en los servicios de noticias, incluyendo la capacitación y el perfeccionamiento de los trabajadores.



g. Promover el acceso igualitario a archivos y fondos editoriales administrados por el Estado así como las agencias de noticias o servicios de noticias o publicaciones del Estado sobre cualquier soporte.
h. Arbitrar las medidas necesarias para asegurar la edición de publicaciones en sistemas de lectura destinados a no videntes.
i. Favorecer la accesibilidad, o el acceso de las personas con discapacidad, a los servicios periodísticos.
j. Articular la política de fomento del pluralismo con las políticas educativas, de manera promover la libertad de expresión como pilar de la democracia.

Artículo 3º.- Serán sujetos beneficiarios de las disposiciones de la presente:

a. Medios de comunicación dedicados a la difusión de noticias, servicios periodísticos o informativos sobre cualquier soporte, de titularidad de personas jurídicas sin fines de lucro: las asociaciones civiles; las simples asociaciones; las fundaciones; las iglesias, confesiones, comunidades o entidades religiosas; las mutuales; las cooperativas, y las asociaciones sindicales.

b. Medios de comunicación de titularidad de monotributistas o personas jurídicas con fin de lucro, dedicados a la difusión de noticias, servicios periodísticos o informativos sobre cualquier soporte que cumplan con las siguientes condiciones:

b.1. Producción propia en más del 70 (setenta) por ciento del contenido difundido.

b.2. Valores de venta totales anuales hasta el monto máximo establecido para las MicroPyMes[1], de acuerdo a los términos de su definición (artículo 2° de la Ley Nº 24.467 y sus normas modificatorias y complementarias)

c. Medios de comunicación audiovisual de titularidad de pueblos originarios en las condiciones de la ley 26.522.

d. Licenciatarios de servicios de televisión alcanzados por las categorías C y D del inciso I. artículo 96 de la ley 26522[2], cuya operación sea por cuenta propia sin vínculos con otros medios de comunicación de titularidad de sociedades comerciales o extranjeras y que realicen

---

[1] 900.000 anuales para MicroPyMes de servicios.
"El monto de las ventas surge del promedio de los últimos 3 ejercicios comerciales o años fiscales, excluyendo el IVA, el/los impuesto/s interno/s que pudiera/n corresponder y deduciendo hasta el 75 % del monto de las exportaciones". Ver https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes/ayuda/default.asp

[2] televisoras comerciales o sin fines de lucro ubicadas en ciudades con menos de 600.000 habitantes (canales de TV pequeños).



producción propia en un porcentaje no menor al 35 (treinta y cinco) por ciento del contenido difundido.

Los beneficiarios deberán proceder a la acreditación de las condiciones para su debido registro ante la autoridad de aplicación establecida en el artículo 14 de la presente.

Artículo 4º.- Incorpórase como punto 5 párrafo 13º. del artículo 85 de la Ley del Impuesto a las Ganancias, texto ordenado 2019 y sus modificaciones, el siguiente[3]:

> "5. Las actividades de difusión de noticias por cualquier soporte por parte de las entidades sin fines de lucro y personas jurídicas citadas en los incisos a) y c) del artículo 3° de la Ley de Pluralismo y Diversidad Informativa".

Artículo 5º.- Los beneficiarios determinados en el artículo 3º de la presente ley podrán aplicar sus créditos fiscales para compensar el pago de las siguientes imposiciones o tasas[4]:

a) Cargas sociales de seguridad social, incluyendo las de socios y socias cooperativos.
b) Impuestos sobre los Combustibles Líquidos y al Dióxido de Carbono.
c) Impuesto a la Energía Eléctrica.
d) Gravamen a la prestación de servicios de comunicación audiovisual.
e) Contribución Especial sobre el Capital de las Cooperativas.
f) Impuestos a la Telefonía Móvil Ley 25.239.

---

[3] Por este mecanismo, se habilita a empresas u otras sociedades a destinar fondos que pueden ser deducibles de su pago de Impuesto a las Ganancias, en las organizaciones de medios sin fines de lucro y de pueblos originarios; cosa que actualmente pueden hacer en las sociedades comerciales de medios.
Esta medida es de uso en los Estados Unidos (Secc. 506 del US Code)

[4] Esto significa que se equipara a los sin fines de lucro con los medios comerciales en relación con la AFIP en la ampliación de compensaciones por crédito fiscal.
Esta simetría permitirá, por ejemplo, descargar el crédito fiscal de un 19% de IVA por compra de papel diario, u otros créditos por compra de insumos de alta demanda en los medios, compensando el pago de las imposiciones listadas.



La autoridad de aplicación establecerá los mecanismos necesarios para discriminar los modos de cancelación de las obligaciones respectivas.

Si la compensación permitida por este artículo no pudiera realizarse o sólo se efectuara parcialmente, el saldo resultante les será acreditado contra otros impuestos a cargo de la Administración Federal de Ingresos Públicos o, en su defecto, les será devuelto o se permitirá su transferencia a favor de terceros responsables, en los términos del segundo párrafo del artículo 29 de la Ley 11.683, de Procedimiento Tributario, texto ordenado 1998. Dicha acreditación, devolución o transferencia procederá hasta el límite que surja de aplicar sobre el monto de las actividades indicadas en el primer párrafo de este artículo, realizadas en cada ejercicio fiscal, la alícuota del impuesto.

Artículo 6º.- Modifícase el sexto párrafo del artículo agregado a continuación del art. 28 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, que quedará redactado de la siguiente manera[5]:

"La alícuota que resulte de aplicación a los sujetos indicados en el segundo párrafo para las operaciones de que se trata, determinada conforme a lo allí previsto, *alcanza, asimismo, a los montos facturados por los elaboradores por encargo a los sujetos cuya actividad sea la producción editorial, a los montos facturados por los proveedores de papel, tinta y cualquier otra materia prima que se utilice directamente para la producción editorial a los sujetos cuya actividad sea la producción editorial,* y a los demás montos facturados por los sucesivos sujetos de la cadena de comercialización, independientemente de su nivel de facturación, sólo por dichos conceptos y en tanto provengan de la misma, a menos que proceda lo dispuesto en el inciso a) del primer párrafo del Artículo 7°."

Artículo 7º.- La exportación de productos o servicios informativos o de noticias[6] prestada por las personas determinadas en el artículo 3° de la presente ley estará exenta de todo impuesto, tasa o gravamen.

La importación de equipos, dispositivos, materias primas e insumos, y de los servicios prestados a quienes se dediquen a la actividad de producción y difusión de noticias periodísticas alcanzados, estará exenta de todo impuesto, tasa o gravamen.

---

[5] Significa que se extienden los beneficios previstos en la Ley de IVA donde se había señalado a la distribución y comercialización de diarios, para la totalidad de la cadena de producción.
Se está salvando un problema no contemplado en la modificación realizada a la Ley en 2018
Incorpora a la compra de insumos como el papel o tinta para diarios. Reasegura lo que está aludido por art. 7° (y era utilizado por medios comerciales grandes), acomodándolo explícitamente en la legislación

[6] Ejemplos de exportación: suscripciones en el exterior, trabajos de freelancers o pequeños medios hacia clientes del exterior.



Artículo 8º.- Los beneficiarios determinados en el artículo 3° de la presente ley, que acrediten tal condición mediante certificación extendida por la autoridad de aplicación, accederán a rebajas de tarifas en los servicios de transporte, tasas radioeléctricas, y otros servicios prestados por empresas dependientes del Estado, o aquellas en las que éste participe financieramente y que tengan a su cargo servicios de transporte marítimos, terrestres y aéreos, cuando se lleven a cabo tareas directamente vinculadas en la búsqueda de información, de acuerdo a los términos fijados en la reglamentación de la presente ley.

Artículo 9º.- Incorpórase a los sujetos determinados en el artículo 3° de la presente ley, como beneficiarios de:

a) el régimen de Tarifa Social de energía eléctrica que disponga la Secretaría de Energía de la Nación o la autoridad de aplicación en materia de política energética que la reemplace.

Los montos que surjan de este régimen especial no podrán superar el 50% del valor del cuadro tarifario de aplicación ordinaria. En caso de estar encuadrado en otro régimen diferencial tarifario de energía eléctrica, el beneficiario comprendido en este artículo podrá optar por el régimen que le resultare menos oneroso.

b) El régimen de Tarifa Social o plan inclusivo de telefonía fija, móvil y conectividad e Internet que autorice o disponga el Ente Nacional de Comunicaciones o la autoridad de aplicación que lo reemplace. Los montos que surjan de este régimen especial no podrán superar el 50% del valor del cuadro tarifario de aplicación ordinaria por las prestadoras en su correspondiente área de prestación de servicio.

Fondo de Fomento al Pluralismo y la Diversidad Informativa

Artículo 10.- Créase el Fondo de Fomento al Pluralismo y la Diversidad Informativa, administrado por la Jefatura de Gabinete de Ministros (conforme artículo 16º. Incisos 22, 19 y concordantes de la Ley de Ministerios), destinado a financiar los proyectos, programas y acciones que ejecuten la Política Integral de Fomento al Pluralismo y la Diversidad Informativa.

La gestión del Fondo estará sujeta a reglas de transparencia activa y online en tiempo real en una plataforma de consulta pública.



Para la determinación de los planes anuales se deberá convocar a las distintas entidades representativas de los sujetos beneficiarios del Fondo de Fomento creado por esta ley.

Artículo 11.- El Fondo de Fomento al Pluralismo y la Diversidad Informativa estará integrado por:

a- La partida que destine anualmente a este efecto la Ley de Presupuesto de la Nación;

b. El 5% del monto sujeto al impuesto al valor agregado correspondiente a los siguientes servicios digitales realizados por prestadores extranjeros, que será integrado a cuenta del mismo:

b.1. Servicios de información: a) el servicio de almacenamiento web de información, imágenes, video u otro contenido, que brindan aplicaciones denominadas cloud computing o "nube"; b) el servicio de suscripción a periódicos o revistas de manera digital; y c) bases de datos, portales de búsqueda en internet, suscripciones a publicaciones periódicas, etcétera.

b.2. Servicios audiovisuales y conexos: los servicios de streaming, transmisión o distribución digital de contenido multimedia a través de internet, que puede ser de video, música o sonido.

b. 3 Servicios de publicidad, estudios de mercado y encuestas de opinión pública, los servicios captados en que las funciones pagas disponibles en dichas aplicaciones están relacionadas con la publicidad y consisten en la promoción de perfiles o productos para la venta por parte de los usuarios en estos espacios publicitarios de cada sitio web.[7]

c- Los recursos que se le asignen por leyes especiales;

d- Las donaciones y legados;

e. Las multas que se apliquen a los infractores de la presente ley;

f. rentas, frutos e intereses del patrimonio;

g. aportes eventuales de organismos internacionales.

Artículo 12.- La Ley de Presupuesto de la Nación contemplará anualmente la partida necesaria para cumplir con la función de fomento al pluralismo y la diversidad informativa.

---

[7] Ver informe anexo de estimaciones sobre datos de INDEC, y Ministerio de Economía: serían entre $720 y $856 millones anuales.



Articulo 13.- El Fondo de Fomento al Pluralismo y la Diversidad Informativa será afectado con destino a los beneficiarios previstos en el artículo 3° de la presente ley, que cuenten con al menos tres años de antigüedad en la actividad al momento de la solicitud de fondos o presentación de cada convocatoria anual. A tal efecto, se asignarán subsidios o aportes no reintegrables atendiendo a una distribución federal con las siguientes prioridades, de conformidad a los planes anuales que apruebe la autoridad de aplicación:

- Mejoramiento institucional.

- Instalación o fortalecimiento de infraestructura.

- Capacitación y perfeccionamiento profesional, con la participación de las asociaciones sindicales de cada sector, en las condiciones que fije la autoridad de aplicación.

- Aplicación de mecanismos de promoción para la participación paritaria de géneros y diversidades.

- Implementación de sistemas de edición de publicaciones en sistemas de lectura destinados a no videntes, favorecimiento de la conectividad, y de la accesibilidad, o el acceso de las personas con discapacidad, a los servicios periodísticos.

- Coordinación de producción o difusión de contenidos con las políticas educativas oficiales a nivel nacional o provincial.

Artículo 14.- Será autoridad de aplicación de la presente ley, la Jefatura de Gabinete de Ministros de la Nación, a través del área que determine el Poder Ejecutivo Nacional.

Artículo 15.- El incumplimiento por parte de los beneficiarios de lo dispuesto por esta ley, de los regímenes que en su consecuencia se dicten y de las obligaciones emergentes del acto que otorgue los beneficios, dará lugar a la aplicación de las siguientes sanciones:

a) En caso de incumplimientos meramente formales y reiterados, multas de hasta el uno por ciento (1 %) del monto actualizado del proyecto o la inversión aprobada para la extensión del subsidio o aporte.

b) En caso de incumplimientos no incluidos en el inciso anterior:

1. Caducidad total o parcial de los beneficios otorgados



2. Multas a graduar hasta el cien por ciento (100 %) del monto actualizado del subsidio o aporte no reintegrable;

3. Pago de todo o parte de las obligaciones tributarias canceladas con los bonos de crédito fiscal autorizados a compensar con más su actualización y accesorios

Todas las sanciones serán impuestas y ejecutadas por la autoridad que tenga a su cargo el control y aplicación de la presente.

En todos los casos se graduarán las sanciones teniendo en cuenta la gravedad de la infracción y la magnitud del incumplimiento, pudiendo aplicarse total o parcialmente las sanciones previstas en el presente artículo.

En el caso de sanciones económicas, la autoridad de aplicación emitirá el correspondiente documento de deuda para su cobro por vía judicial, mediante el proceso de ejecución fiscal, una vez que haya quedado firme la decisión que la impone.

Artículo 16.- Las sanciones establecidas por la presente ley serán impuestas conforme al procedimiento que determinará la reglamentación y podrán apelarse dentro de los diez (10) días hábiles de la notificación de las mismas por ante la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Federal con competencia en lo Contencioso Administrativo correspondiente a la jurisdicción en que se aplique la sanción, o interponer previamente los recursos administrativos que procedan.

Elegida la vía judicial, no podrán interponerse los recursos que autoriza la ley 19.549 y el reglamento aprobado por el decreto 1759/72.

Artículo 17.- De forma.



FUNDAMENTOS

La Argentina tiene problemas históricos de concentración mediática, tanto en su faz geográfica como económica, así como falta de pluralismo y diversidad en la producción y distribución de información y contenidos que impactan en la identidad de todos y todas sus habitantes.

Esta cuestión se vincula a situaciones estructurales de la propiedad de los medios, del mercado publicitario, de producciones gráficas y audiovisuales, agravado con el empobrecimiento general de la población en los últimos cuatro años.

En este contexto, además, la aparición de los llamados gigantes de internet provocó un gradual y creciente corrimiento de los mercados de inversión publicitaria hacia actividades globales que no producen ni noticias ni contenidos culturales. La asistencia gubernamental por vía de la pauta publicitaria oficial coadyuvó al sostenimiento o agravamiento de asimetrías entre los actores del sector.

Este desfinanciamiento de los medios y productores argentinos de distintas escalas, provoca graves situaciones y debe ser revisado con políticas públicas estables, transparentes e institucionalmente asentadas. Lo que está en juego es en sí misma la democracia y el pluralismo de una opinión pública que debería ser dinámica y robusta.

La iniciativa hacia un mayor pluralismo y diversidad que se propone en este proyecto de ley –elaborado por el aporte de numerosos referentes de organizaciones periodísticas, sociales, culturales, gremiales y académicas estrechamente vinculados a medios sin fines de lucro y pequeñas empresas-, se asienta en reglas y estándares de protección al derecho a difundir y recibir información como un derecho humano universal.

Para ello, reconociendo el valor de precedentes normativos y estándares internacionales, proponemos un conjunto de soluciones tendientes a equilibrar un desequilibrio estructural en la distribución de noticias, que afecta a organizaciones de menor tamaño, fundamentalmente ubicadas en las provincias, o como se las denomina desde la Capital, “en el interior de nuestro país”.



Se proponen medidas directas e indirectas en materia de financiamiento. Desde la extensión de beneficios ya existentes a favor de actividades que se encuentran en mejores condiciones, a la utilización de mecanismos de desgravación a quienes aportan a entidades de beneficencia o educativas que recientemente fueron ampliadas a los partidos políticos. Si los partidos políticos, al decir de la Constitución Nacional son un "instituciones fundamentales para el sistema democrático" (art. 38), también lo son los medios de comunicación social productores de noticias que sostienen el pluralismo de ideas y opiniones que también la Constitución reconoce y la Corte Suprema consagra como "piedra fundamental del sistema democrático".

Específicamente, instamos por un mecanismo institucional financiero distinto que el de la pauta pública publicitaria. Si bien ésta debe ser discutida y democratizada, lo cual requiere un debate específico sobre la base de numerosos proyectos presentados, estamos proponiendo en esta iniciativa otras alternativas, cuya concreción será un aporte inédito para la democracia Argentina. Este proyecto dispondrá nuevas formas de atender cuestiones de la sostenibilidad de los medios pequeños y sin fines de lucro que hoy forman parte de las políticas públicas en numerosos países.

Antecedentes y estándares que sostiene la necesidad imperiosa de corregir déficits estructurales que anulan o debilitan el pluralismo democrático.

En el Marco Jurídico Interamericano de Libertad de Expresión dice la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH):

5. Condiciones inherentes a la comunicación

197. En relación con los medios de comunicación, la libertad de expresión exige ciertas condiciones respecto de su funcionamiento, "de manera que, en la práctica, sean verdaderos instrumentos de esa libertad y no vehículos para restringirla ya que son los medios los que sirven para materializar el ejercicio de este derecho, "de tal modo que sus condiciones de funcionamiento deben adecuarse a los requerimientos de esa libertad".

Tales condiciones son, entre otras: (a) la pluralidad de medios; (b) la aplicación de las normas antimonopolio en este campo, para prevenir la concentración de los medios, cualquiera sea la forma que pretenda adoptar —condición en relación con la cual el Principio 12 de la Declaración de Principios dispone que, "los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto

conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos"—; y (c) la garantía de protección a la libertad e independencia de los periodistas que laboran en ellos. De igual modo se ha reconocido que la libertad de expresión" requiere que los medios de comunicación social estén virtualmente abiertos a todos sin discriminación, más exactamente que no haya individuos o grupos que, a priori, estén excluidos del acceso a los medios.

198. El pluralismo y la diversidad en los medios de comunicación son de particular importancia para el ejercicio pleno y universal del derecho a la libertad de expresión. Estas reglas apuntan hacia el deber estatal de garantizar el máximo pluralismo y diversidad en el debate público. En términos de la Corte Interamericana, la máxima posibilidad de información es un requisito del bien común, y es el pleno ejercicio de la libertad de información el que garantiza tal circulación máxima.

224. Los Estados tienen la obligación de garantizar, proteger y promover el derecho a la libertad de expresión en condiciones de igualdad y sin discriminación, así como el derecho de la sociedad a conocer todo tipo de informaciones e ideas. En el marco de esta obligación, los Estados deben evitar el monopolio público o privado en la propiedad y el control de los medios de comunicación, y promover el acceso de distintos grupos a las frecuencias y licencias de radio y televisión, cualquiera que sea su modalidad tecnológica.

225. La participación de ideas plurales y diversas en el debate público, no sólo es un imperativo jurídico derivado del principio de no discriminación y de la obligación de inclusión, sino que, a juicio de la Corte Interamericana, es una de las garantías de protección de los derechos de quien enfrenta el poder de los medios. A este respecto, la Corte Interamericana ha señalado que, "[d]ada la importancia de la libertad de expresión en una sociedad democrática y la responsabilidad que entraña para los medios de comunicación social y para quienes ejercen profesionalmente estas labores, el Estado debe minimizar las restricciones a la información y equilibrar, en la mayor medida posible, la participación de las distintas corrientes en el debate público, impulsando el pluralismo informativo. En estos términos se puede explicar la protección de los derechos humanos de quien enfrenta el poder de los medios, que deben ejercer con responsabilidad la función social que desarrollan, y el esfuerzo por asegurar condiciones estructurales que permitan la expresión equitativa de las ideas".



226. El respeto a los principios de pluralismo y diversidad aparejan entonces, por un lado, la obligación de establecer condiciones estructurales que permitan la competencia en condiciones de igualdad y la inclusión de más y diversos grupos en el proceso comunicativo y, por otro, que se encuentre asegurada la libertad para difundir informaciones que pueden resultar "ingratas para el Estado o cualquier sector de la población", lo cual es "coherente con la tolerancia y espíritu de apertura propios del pluralismo".

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), luego del "Seminario Internacional sobre la Sostenibilidad de los Medios de Comunicación Comunitarios: Fortalecimiento de Políticas y Financiación" realizado los días 14 y 15 de septiembre de 2015, dio las siguientes Recomendaciones:

"A los gobiernos y reguladores:

1.Establecer un marco jurídico y normativo propicio para la radiodifusión comunitaria fundada en un enfoque basado en los derechos, reconocido dentro de las políticas de medios y comunicación en general, y consciente de las necesidades específicas del sector. Este marco debería:

i. Reconocer y definir legalmente la radiodifusión comunitaria de forma que se distinga claramente de la radiodifusión de servicio público y comercial, en base a su naturaleza no lucrativa, sus fuertes vínculos con la comunidad y su capacidad para proporcionar servicio a ésta, y manteniendo a la vez el respeto y la promoción de su autonomía e independencia editorial;

2. Crear un entorno propicio para la sostenibilidad y el desarrollo de la radiodifusión comunitaria. Esto debería:

i. Facilitar medidas de apoyo financiero (como subvenciones de comisiones de transmisión o tarifas especiales para organizaciones no lucrativas), respetando la independencia operativa y editorial de los medios de comunicación comunitarios;

ii.Considerar la creación de fondos especiales y/o de una asignación adecuada de los fondos existentes, incluyendo, en su caso, los fondos de servicio universal y de cross-media mecanismos de financiación, administrados con la participación del sector de los medios comunitarios, independientemente del gobierno y de forma transparente, en consistencia con los principios de buen gobierno;



iii. Adoptar medidas para apoyar el desarrollo de servicios de radiodifusión comunitarios en zonas subatendidas.

A la comunidad internacional (donantes, organizaciones no gubernamentales internacionales, organizaciones intergubernamentales):

1.Promover y abogar por la adopción de un marco jurídico propicio para la radiodifusión comunitaria, en línea con las recomendaciones para los gobiernos y los reguladores anteriores;

2. Asignar fondos de financiación con vistas a mejorar el apoyo global para el sector de la radiodifusión comunitaria conforme a las recomendaciones anteriores de la UNESCO, teniendo en cuenta la necesidad de modelos de financiación que apoyen la sostenibilidad más allá de los ciclos de financiación de los donantes;

3.Apoyar el desarrollo de mecanismos de financiación nacionales, regionales e internacionales para la radiodifusión comunitaria;

4.Integrar, en su caso, una comprensión del papel potencial de la radiodifusión comunitaria en sus programas sectoriales (como la agricultura, los niños, etc.) sin reducir el sector a un papel puramente instrumental";

En sus conclusiones del Informe del Relator especial de Libertad de Expresión de 2014, aprobado por el Consejo de Derechos Humanos de la ONU, se dice:

"104. El derecho a la libertad de opinión y expresión debe ser entendido como un instrumento esencial para promover y proteger otros derechos humanos, que constituye una herramienta importante en la lucha contra la impunidad y contra la corrupción.

109. Los medios de comunicación comunitaria constituyen instrumentos efectivos para cumplir con la función del ejercicio del derecho a la libertad de opinión y expresión de todos los sectores sociales, sin discriminación alguna conforme al principio de pluralismo y diversidad que debe regir el ejercicio de este derecho.

105. La libertad de opinión y expresión es un derecho individual y colectivo, mediante el cual las personas tienen la posibilidad de emitir, buscar, recibir y difundir información plural y diversa para construir su propio pensamiento, desarrollar sus opiniones y manifestarlas de



cualquier forma. Por consiguiente la libertad de expresión se ejerce en dos vías: el derecho al acceso a la información y el derecho a expresarse por cualquier medio.

106. La libertad de expresión es también un derecho de los pueblos, pues mediante su ejercicio efectivo los mismos pueden desarrollar, dar a conocer y reproducir su cultura, su idioma, sus tradiciones y sus valores.

107. La libertad de opinión y expresión debe ser entendida como un mecanismo para combatir toda forma de discriminación".

Y en las Recomendaciones se hace constar:

"124. Se recomienda a los Estados, a los medios de comunicación y a los organismos financieros poner en práctica las recomendaciones de la Declaración de Colombo, en cuanto a fortalecer la libertad de expresión de los sectores excluidos y el acceso a medios de comunicación propios, incluyendo la comunicación electrónica, para promover la libertad de expresión y la democracia, pero además para combatir la pobreza y alcanzar los ODM. Recomendando a los Estados que establezcan un fondo especial con el propósito de subsidiar el acceso a medios de comunicación electrónica de todos los sectores, tanto la interconectividad como el acceso a los equipos necesarios.

125. Se recomienda a los Estados facilitar la transferencia de tecnología de la comunicación, como un mecanismo para reducir la brecha digital y de avance tecnológico entre el mundo desarrollado y los países en vías de desarrollo coadyuvando a lograr los Objetivos de Desarrollo del Milenio".

Mecanismos de Sostenimiento y ayudas a la prensa

Si bien la normativa, la casuística y el presente proyecto presentan particularidades propias de la situación en Argentina, hemos relevado en el derecho comparado múltiples mecanismos existentes de sostenimiento y ayudas a la producción y distribución de noticias, que fundamentan nuestra propuesta.

Las leyes sobre medios de comunicación tienen desgravaciones específicas y fondos concursables. Existieron reglas de interés público para la producción del papel y tratamientos diferenciado pero incompletos de desgravamientos que generan créditos fiscales de imposible



o muy dificultosa recuperación que importan costos hundidos para quienes no están en condiciones de reponerlos esperando la devolución. Entre tanto, hay otras reglas de promoción para sectores vinculados al desarrollo de investigación y conocimiento y hasta publicaciones de libros, que no alcanzan a quienes desarrollan pequeños proyectos que impulsan la democracia todos los días en distintos sitios del país.

Estudios comparados desarrollados por impulso de entidades académicas y la Unión Europea dan cuenta de diferentes modos de sostenimiento del pluralismo.

Subsidios indirectos. Son amplios los modos; el más importante desde el punto de vista financiero aplica a impuestos, como la reducción o eliminación del Impuesto al Valor Agregado (o sus similares). Cabe señalar que Bélgica, Dinamarca, Noruega, Reino Unido han eliminado el IVA para la actividad informativa.

Normal VAT rates compared to those for the press in Europe

	Normal VAT Rate	VAT Rate on Press Sales
Austria	20%	10%
Belgium	21%	0%
Denmark	25%	0%
Finland	24%	10%
France	19.6%	2.1%
Germany	19%	7%
Ireland	23%	9%
Italy	21%	4%
Netherlands	21%	6%
Norway	25%	0%

Sweden	25%	6%
Switzerland	8%	2.5%
UK	20%	0%

Fuente: European Commission (2013)

Otros instrumentos indirectos que aportan a la sostenibilidad de medios de comunicación son las tarifas diferenciales de telecomunicaciones, electricidad, papel o transporte, y tasas preferenciales de correos (Francia, Italia y Estados Unidos). Existen también estas reglas para agencias de noticias, proyectos de investigación periodística.

Subsidios Directos a la prensa. El objetivo es el mantenimiento de las organizaciones periodísticas que tienen dificultades y no lograr refinanciarse en el mercado de la publicidad. En ciertos momentos históricos, identificamos reglas específicas de salvatajes estables en Argentina como las declaraciones de emergencia de la actividad por parte del COMFER en 1989, la ley nacional 25.750 de Preservación de Bienes y Patrimonios Culturales de 2003, el Decreto 527 de 2005, son muestras de auxilios directos para la preservación de la vida de los medios de comunicación. O el artículo 14 de la ley nacional 12.908. En los Estados Unidos lo han sido las reglas fijadas en la "Newspaper Preservation Act" durante el Gobierno de Nixon.

Particularmente existen reglas de mantenimiento de medios para minorías lingüísticas como modo de promoción del pluralismo.

Existen subsidios directos a la distribución en Austria y Suecia, a la exportación de contenidos (Italia y Francia) así como subsidios a la capacitación de personal de los medios de prensa.

En países como Canadá, Dinamarca, la Comunidad Valona de Bélgica, Francia y Holanda los subsidios se aplican a la formación o reorganización de diarios locales.

Al igual que con la prensa, en estos países europeos y otros países occidentales son comunes las subvenciones directas a la producción y otras formas de apoyo directo a radiodifusión. En varios de estos casos, las organizaciones de radiodifusión (en su mayoría emisoras locales o regionales y emisoras comunitarias no comerciales) reciben apoyo financiero para su funcionamiento y la realización de una misión de programación. Al igual que las subvenciones al cine, las emisoras de radio y televisión de siete sistemas de comunicación pueden solicitar ayudas para la producción de determinados programas.



También existen otras formas de apoyo directo. En Austria, Francia, Suiza y el Reino Unido, por ejemplo, las emisoras pueden obtener apoyo directo para la formación de periodistas o la formación de estaciones locales. Además, también existen medidas de apoyo indirecto, como desgravaciones fiscales para la radiodifusión.

Para medios en línea, no sólo se ofrece a los periódicos tradicionales la posibilidad de distribuir su producto digitalmente, sino que también ha llevado a la formación de nuevas organizaciones de noticias exclusivamente en línea. Varios países ya han cambiado sus sistemas de subvenciones para que tanto los medios heredados que intentan desarrollar medios en línea como los nuevos medios exclusivamente en línea puedan beneficiarse de subvenciones directas a la producción, incluidos cinco de los que examinamos. Por ejemplo, en Dinamarca, Suecia e Italia se reformaron y ampliaron los regímenes existentes de subvenciones a la prensa, de modo que las publicaciones en línea también serían elegibles. Además de las subvenciones a la producción, varios países apoyan proyectos e innovaciones en las salas de redacción para hacer frente a la convergencia. En Francia, por ejemplo, la línea "fonds stratégique pour le développement de la presse" apoya proyectos de modernización y proyectos técnicos innovadores de publicaciones en línea. En Canadá, las publicaciones periódicas digitales pueden recibir apoyo para las innovaciones empresariales y los medios en línea pueden solicitar la financiación de proyectos de medios interactivos.

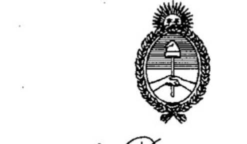
Los **criterios de eligibilidad** que resultan del derecho comparado atienden a:

Contenido: mínimos de contenidos editoriales propios;

Posición de Mercado: límites en la participación del mercado publicitario, calidad de la circulación;

Naturaleza de la organización: Mínimo de periodistas contratados full time y restricciones al entrecruzamiento de la propiedad o al origen de la misma.

Fuentes de financiamiento: Los subsidios para los medios de comunicación beneficiarios son financiados principalmente por el presupuesto estatal. Sin embargo, algunos países también tienen otras fuentes de financiación para algunos mecanismos de apoyo. Una posibilidad es repartir una pequeña parte de los ingresos por derechos de licencia de la cadena pública para apoyar a las emisoras privadas, como se hace en Suiza, Austria, Irlanda, Dinamarca y el Reino Unido. Por ejemplo, en el Reino Unido, la BBC está obligada a dedicar parte de sus ingresos a apoyar a las emisoras de televisión locales recientemente autorizadas.



Al menos en cinco países, se cobra a otras empresas la financiación de programas de apoyo. Por ejemplo, Suecia, los Países Bajos y Francia introdujeron un gravamen sobre los ingresos publicitarios de las emisoras de radio y televisión. En Canadá, las empresas de distribución como los operadores de cable e IPTV también tienen que contribuir.

Principales características y propuestas de este proyecto de ley

En función de lo expuesto consideramos y proponemos, para dotar de más pluralismo a nuestra democracia:

1. Reducir los desequilibrios estructurales que existen para la producción y distribución de noticias.

2. Extender a los medios pequeños, locales y sin fines de lucro productores de noticias y de producción propia las mejores regulaciones existentes en materia de subsidios y desgravamientos.

3. Equiparar a los medios referidos para la obtención de donaciones con otras entidades dado su carácter formativo, informativo y de promoción social.

4. Aplicar reglas de obtención de fondos de parte de quienes lucran con el mercado publicitario, particularmente de parte de quienes lo hacen sin producción propia.

5. Implementar para estos fines, mecanismos transparentes y participativos debidamente institucionalizados.

6. Aportar con la aprobación de una ley integral de financiamiento del pluralismo informativo, una herramienta que sea baluarte fundamental de la vida democrática.

Quiénes son los beneficiarios. Esta ley está destinada a los medios de comunicación dedicados a la difusión de noticias, servicios periodísticos o informativos sobre cualquier soporte, de titularidad de personas jurídicas sin fines de lucro: las asociaciones civiles; las simples asociaciones; las fundaciones; las iglesias, confesiones, comunidades o entidades religiosas; las mutuales; las cooperativas. También medios de comunicación audiovisual de titularidad de pueblos originarios.



Asimismo, a los medios de comunicación de titularidad de monotributistas o personas jurídicas con fin de lucro, que tengan producción propia en más del 70 por ciento, y por sus valores de venta totales anuales sean MicroPyMes.

Y a licenciatarios de servicios de televisión abierta en localidades de menos de 600.000 habitantes, cuya operación sea por cuenta propia sin vínculos con otros medios de comunicación de titularidad de sociedades comerciales o extranjeras y que realicen producción propia en al menos el 35 por ciento del contenido difundido.

Las dos formas regulatorias propuestas para equilibrar la situación de los medios:

- **Mecanismos de promoción indirecta, la mayoría de ellos ya disponibles para los grandes medios comerciales:**

* Habilitar a los medios pequeños en cualquier soporte, a recibir aportes y donaciones deducibles del Impuesto a las Ganancias;

* Tarifa social o preferencial para energía eléctrica, telefonía e Internet para medios pequeños y sin fines de lucro;

* Posibilitarles descargar el crédito fiscal acumulado por pagar IVA en la cadena de producción de los servicios, para el pago de obligaciones fiscales o de la seguridad social;

* No arancelamiento para las exportaciones o importaciones directamente vinculadas al ejercicio de la actividad informativa y de noticias.

* Rebajas en tarifas de servicios de transporte y otros, para el ejercicio de la actividad periodística.

- **Un Fondo de Fomento del Pluralismo y Diversidad Informativa,** constituido por el 5% del monto sujeto al impuesto al valor agregado que ya está recaudando la AFIP, correspondiente a los servicios digitales realizados por prestadores extranjeros: servicios de información; servicios audiovisuales y conexos, y servicios de publicidad, estudios de mercado y otros en la web.

El fondo se asignará mediante programas auditables, que prioricen entre los medios beneficiarios: su mejoramiento institucional; instalación o fortalecimiento de infraestructura;



capacitación y perfeccionamiento profesional; aplicación de mecanismos de promoción para la participación paritaria de géneros y diversidades; favorecimiento de la conectividad, y de la accesibilidad, o el acceso de las personas con discapacidad, a los servicios periodísticos; coordinación de producción o difusión de contenidos con las políticas educativas oficiales a nivel nacional o provincial.

A estos fines, consideramos que debe perfeccionarse el camino tributario que el Estado Nacional determinó, a partir de señalar como actividades imponibles las prestaciones de los distintos servicios digitales que se incorporaron en la reforma a la ley del Impuesto al Valor Agregado por vía de la ley 27430, su decreto reglamentario 3547/18 y la Resolución General AFIP 4220/18. Allí se fijaron los mecanismos y plazos de percepción del impuesto y provee el listado de las denominaciones comerciales de los prestatarios no residentes alcanzados (anexo II, apartados A y B). Tales prestadores de servicios fueron denominados y cuentan con la descripción que se consigna.

Se asignaron a Servicios de información (9.3): a) el servicio de almacenamiento web de información, imágenes, video u otro contenido, que brindan aplicaciones denominadas cloud computing o "nube" (como son Google Storage o ICloud); y b) el servicio de suscripción a periódicos o revistas de manera digital (como el New York Times). El código usado en ambos casos es el 9.3.2, dado que refiere a Otros servicios de información, como bases de datos, portales de búsqueda en internet, suscripciones a publicaciones periódicas, etcétera.

Se asignaron a Servicios audiovisuales y conexos (11.1.1 Servicios audiovisuales) los servicios de streaming, es decir, la transmisión o distribución digital de contenido multimedia a través de internet, que puede ser de video, música o sonido (ejemplos a nivel mundial son Spotify y Netflix

Se asignaron a Servicios de publicidad, estudios de mercado y encuestas de opinión pública (10.2.2) los servicios captados de ciertas compañías como Instagram, Facebook y Twitter debido a que las funciones pagas disponibles en dichas aplicaciones están relacionadas con la publicidad y consisten en la promoción de perfiles o productos para la venta por parte de los usuarios en estos espacios publicitarios de cada sitio web.

La importación de estos servicios en base a consumo hogareño impactan en 114 millones de dólares trimestrales. (enero a marzo 2019). (INDEC)



Al no estar tipificado como consumo cultural cuando el recipendiario del servicio es una empresa o un usuario no hogareño, este registro resulta incompleto.

Es de denotar que este tipo de servicios resulta aportante por vía de imposiciones, cuotas de producción y eventualmente de pantalla, según la modificación introducida en 2016 a la Directiva Europea de Servicios Audiovisuales. No prevemos una solución idéntica a esa, en la medida en que se está promoviendo una legislación destinada a promover pluralismo informativo exclusivamente.

Por las razones expuestas, solicitamos a nuestros pares diputadas y diputados, acompañen la aprobación del presente proyecto.